

M + W – Medien + Wirtschaft SoSe 2014

Studiengang MT (Bachelor)

Konzept + Ziele:

In dieser Veranstaltung geht es um Ökonomie: um Fragen und Probleme, die sich darum drehen,

- wie „Wirtschaft“ im Allgemeinen funktioniert
- welche Rolle dabei rechtliche Regeln spielen (können)
- wie sich ein Projekt oder ein Unternehmen insgesamt ‚rechnet‘, d.h. wie man z.B. auf ‚seine Kosten kommen‘ kann
- wie Medien und Medienmärkte im Speziellen funktionieren.
- Sowie aus aktuellem Anlass: Einblicke in die so genannte Finanzkrise: Ursachen, Zusammenhänge, Lösungsmodelle

Der Fokus der Betrachtungen liegt dabei vorrangig auf dem Mediensektor, weshalb man das Fach auch als Medienökonomie (Ökonomie der Medien) bezeichnen kann.

So wie technische Zusammenhänge + Problemlösungen den ständig steigenden Technikkomfort und die zunehmenden technischen Möglichkeiten induzieren, sind ökonomische Mechanismen + Zusammenhänge für das finanzielle und organisatorische Gelingen dieser neuen Techniken und deren Einsatz im Rahmen von Medien verantwortlich.

Die Veranstaltung will deshalb in Ergänzung zu den technischen Fragestellungen zum einen für ökonomische Probleme und möglichen Problemlösungen ‚sensibilisieren‘, zum anderen aber auch Essentials vermitteln, die – unabhängig von der späteren beruflichen Tätigkeit – in jedem Fall von Nutzen sind.

Inhalte:

Die ökonomische (Über-)Lebensformel: Gewinn- und Verlustrechnung

- G+V
- Bausteine von Geschäftsmodellen
- Kredite, Tilgung + Zinsaufwand
- Angebot + Nachfrage, Nachfrageelastizitäten
- G+V, Wertschöpfung und BIP (volkswirtschaftliche Gesamtrechnung)
- Zusammenhänge G+V und Bilanz (Jahresabschluss)

Ökonomische Prinzipien (Paradigmen)

- Zwei-Seiten-Betrachtung
- Konjunkturen: Nichts bleibt, wie es ist
- kaufmännische Vorsicht
- differenzierende Betrachtung
- ökonomisch relevante Alternative
- Nominal- vs. Effektivbetrachtung
- Mikro und Makro
- Grenz-/Marginal- vs. Durchschnittskosten
- u.a.m.

Investitionsrechnung

- Fallbeispiel: Kaufen versus Mieten; Opportunitätskosten
- RoI (Return on Investment)
- Leverage-Effekte (+ "Heuschrecken")
- Entscheidungsregeln

Kosten, Kalkulation und Preisbildung

- Fixkosten, Fixkostendegression und natürliches Monopol
 - o Geschäftsmodell „Der Name der Rose“
 - o Geschäftsmodell DER SPIEGEL
 - o Geschäftsmodelle von Online-Angeboten
- Querfinanzierungsstrategien
- Kosten(rechnungs)philosophien + Kostenstrukturen
- Workflow der Kostenrechnung
- Deckungsbeitragskalkulation, Preisbildungsphilosophien
- Geschäftsmodell Freelancer (Patch-Worker) vs. Angestellter

Finanzkrise + Eurokrise:

- Geld + Geldkreisläufe, Kapitalmärkte
- Banken(systeme), finanzielle Schrottpapiere (junk bonds, sub prime-Märkte, Cross Border Leasing etc)
- Aktien + Börsen(märkte), Wertpapiere, Investmentfonds
- Häuser + Immobilien(finanzierung)
- Einkommensteuer, Umsatzsteuer, Steuerhinterziehung
- Privatisierung + „Ordnungspolitik“

Prof. Dr. Johannes Ludwig, HAW Hamburg,
Fakultät Design, Medien und Information: Medien + Wirtschaft

Inhalte + Fahrplan der VL Medien + Wirtschaft (M+W)

Unternehmensebene, individuelle Wahrnehmung	Branchen, Gesamtheit und Staat	Weltwirtschaft + Globalisierung; Geld + Finanzkrise
	Paradigmen: „Nichts bleibt wie es ist“ „2-Seiten-Betrachtung“	
G+V Bilanz		
	Marktmechanismus: Preise + Kurse; Aktienmärkte, Psychologie der Spekulation Markt: Gewinner + Verlierer > soziale Marktwirtschaft	
	Geld, Geldkreisläufe, virtuelle Geldmassen weltweit	
Bankbilanz	(virtuelle) Geldschöpfung	
Kredit- und Zinsbelastung	Banken + Bankenmacht P „Nominal-vs. Effektivbetrachtung“	
Kreditfinanzierungstechniken + finanzielle Belastung		
AfA		
P „Kaufmännische Vorsicht“		Vergleich DE vs USA
Werte-Dimensionen		
P „Differenzierte Betrachtung“ (Beispiel Bertelsmann AG)		
Kalkulation: TV-Film		
G+V > Wertschöpfung > BIP volkswirtschaftlicher Kreislauf; Staatsfinanzierung und -verschuldung; Staatsquoten, Eurokrise		
Einkommensteuer (ESt) Umsatzsteuer (USt) = Mehrwertsteuer		

		(Anti-)Spekulationsstrategien und Risikosplitting
Kalkulation: Kauf vs. Miete (inkl. steuerlicher Effekte)		
Branchenanalyse + Geschäftsmodelle: Film + Fernsehen: Der Name der Rose SPIEGEL (Print, TV, Online) andere Geschäftsmodelle: MT, Online u.a.		
Medienmärkte: 1) Nutzungsverhalten, Zahlungsbereitschaft; 2) Fixkostendegression (natürliches Monopol) + Querfinanzierung		
Kostenphilosophien + Kostenkalkulation		
Preisstellung + Preiskalkulation, Geschäftsmodelle		
Philosophie + Erfolg von Geschäftsmodellen		